

# 2015-2020年中国果汁饮料 市场研究与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2015-2020年中国果汁饮料市场研究与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/338477TN2J.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

果汁饮料因为具有天然、健康、营养等特性，现已逐渐成为日常消费品和碳酸饮料的主要替代品，我国果汁饮料市场将保持高速增长的势头。随着消费者对健康化、天然化的需求与日俱增，未来100%纯果汁饮料将成为这个市场的主流。然而果汁市场前途并不平坦，果汁饮料的几大卖点之一是适合家庭饮用，或者直接佐餐，但是奶品对果汁饮料继续高速度的发展无疑是一个障碍。而另一方面，碳酸、纯净水和势头未减的茶饮料也是果汁饮料的强力竞争者。虽然碳酸饮料和纯净水的增长率不高，但其在量上还有很大增长。这些都使果汁饮料的发展之路充满了坎坷。目前，全国果汁饮料厂商多达4000余家，并呈现出三股势力：其一是汇源集团等企业，其二是具有中国台湾背景的企业统一和康师傅；其三是跨国公司如可口可乐、百事可乐等。随着参与者的增加，一方面势必会引起市场竞争的加剧，另一方面众企业共同培育市场，提高消费者的接受几率。而我国目前人均消费果汁量不到1.5公升，这与欧美国家人均30公升相比还非常低，而且内地人口超过13亿，市场容量巨大。所以，世界各大饮料公司都加快脚步进军内地，内地诸多饮料企业也纷纷把重心转移到该行业上。

进入2009年，我国饮料市场的战争锁定在“果汁篇”——统一企业计划出资30亿元新台币收购内地的食品和饮料生产企业，百事可乐的果缤纷已经在全国范围内上市，康师傅对果汁饮料市场投入的力度也是前所未有，可口可乐更是以收购汇源进入中国庞大的市场，统一也同时注资安德利。2009年果汁市场或成为饮料巨头之间博弈的焦点，市场竞争也会愈发激烈。因此，寻找新的利润增长点，成为企业的当务之急。而要想在竞争激烈的果汁市场取得领先地位，适合市场需要的差异化经营则是关键。未来几年，我国饮料行业生产总量将继续提高，重点发展果蔬汁饮料、植物蛋白饮料和茶饮料等产品，适度发展瓶（罐）装饮用矿泉水，逐步降低可乐等碳酸类饮料的发展，而软饮料行业如功能饮料、果汁饮料、茶饮料等健康饮料将组成新的框架结构的主体。结合国外果汁饮料市场的发展规律及中国消费者的消费能力和消费习惯，我国果汁饮料市场的发展将会呈现下列特征：纯天然、高果汁含量是发展方向；复合果汁及复合果蔬汁大有市场；功能型果汁饮料值得期待；果汁奶饮料发展潜力巨大。我国果汁饮料的市场容量将达到年产910万吨，果汁饮料市场前景被看好。本行业报告主要依据国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、国家农业部、中国饮料工业协会、中国食品工业协会、全国商业信息中心、国内外相关刊物的基础信息以及果汁饮料行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，对中国果汁饮料行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、关联产业的发展状况、重点区域市场状况、市场营销、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来果汁饮料行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分

析、预测的基础上，研究了果汁饮料行业今后的发展与投资策略。 本果汁饮料行业报告，为果汁饮料生产、销售等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。 第一部分 果汁饮料行业发展分析

## 第一章 果汁饮料行业概述 1

### 第一节 果汁饮料行业定义及分类 1

#### 一、果汁饮料的定义 1

#### 二、果汁饮料的分类 1

#### 三、果汁饮料的生产工艺 2

### 第二节 果汁饮料行业特性分析 6

#### 一、行业壁垒分析 6

#### 二、行业生命周期分析 6

### 第三节 果汁饮料行业标准 7

#### 一、果汁饮料行业标准 7

#### 二、浓缩果汁卫生标准 14

#### 三、HACCP系统及其应用准则 23 第二章 中国饮料行业分析 33

### 第一节 2014年我国饮料运行分析 33

#### 一、2014年饮料制造业全国主要经济指标分析 33

#### 二、2014年饮料制造业主要地区主要经济指标分析 34

### 第二节 2014年饮料产业发展情况 79

#### 一、2014年中国饮料业的影响因素 79

#### 二、后奥运时代的饮料业发展分析 81

#### 三、2014年轻工业振兴规划对食品饮料业影响 83

#### 四、2014年亚运会饮料业特色营销分析 83

### 第三节 2015-2020年我国饮料行业预测 84

#### 一、2015-2020年食品饮料行业投资价值分析 84

#### 二、2015-2020年中国饮料行业格局变化 86

#### 三、2015-2020年饮料市场发展预测 91 第三章 果汁饮料行业分析 93

### 第一节 全球果汁饮料市场分析 93

#### 一、全球果汁及果汁饮料市场消费分析 93

#### 二、全球果汁及果汁饮料市场发展趋势 95

### 第二节 2014年我国果汁饮料行业分析 99

一、	中国市场果汁饮料品牌发展历程	99
二、	果汁行业前景分析	99
三、	果汁饮料市场潜力分析	100
四、	2014年果汁及果汁饮料产量	101
五、	果汁饮料市场发展现状	113
六、	2014年果汁市场发展态势	115
第三节	2014年我国果汁饮料进出口情况	116
一、	2014年果汁饮料的进出口情况	116
二、	2014年果汁出口存在的问题	121
三、	果汁出口企业应对金融风暴的措施	122
第四章	果汁饮料细分行业分析	127
第一节	浓缩果汁行业分析	127
一、	世界和中国苹果、梨种植面积及产量统计	127
二、	2014年中国浓缩果汁进出口分析	129
三、	全球化经济形势下果汁企业的应对策略	138
四、	2014年我国浓缩果汁企业发展形势	141
第二节	浓缩苹果汁市场分析	143
一、	中国苹果浓缩汁企业面临的挑战	143
二、	金融危机对中国浓缩苹果汁出口的影响	145
三、	2014年浓缩苹果汁出口量预测	147
第三节	柑橘橙汁产业	149
一、	2014年中国冷冻橙汁进口情况分析	149
二、	2014年我国柑橘产销形势分析	151
三、	2014年柑橘销售影响因素及建议	157
第二部分	果汁饮料关联行业发展分析	
第五章	水果行业分析	160
第一节	2014年我国水果市场分析	160
一、	2014年主要水果的批发价格走势分析	160
二、	我国水果种植加工业亟待结构调整	162
三、	中国果蔬加工产业现状与发展态势	165
第二节	2014年我国水果市场分析	169
一、	2014年我国水果产业发展预测	169
二、	2014年上海水果销量预测	170
三、	2014年我国水果产业发展形势分析	170

四、凭祥成我国对东盟水果进出口最大口岸 171	第六章 饮料包装行业分析 172
第一节 行业概述 172	
一、果汁饮料的包装 172	
二、饮料包装的种类 172	
三、我国饮料包装市场特点 175	
四、包装促销与消费心理分析 176	
第二节 我国饮料包装行业发展分析 179	
一、国内外四大饮料包装市场发展现状 179	
二、国内饮料包装市场分析 182	
三、饮料包装行业市场格局 186	
四、饮料包装行业风险分析 187	
五、中国食品饮料包装市场分析 188	
六、玻璃瓶在饮料包装市场发展现状 189	
第三节 饮料包装行业发展趋势 192	
一、饮料包装发展新趋势 192	
二、饮料包装环保化趋势分析 193	
三、从包装材料分析饮料包装发展趋势 194	
四、从包装理念分析饮料包装发展趋势 196	
五、金融危机推动下饮料瓶发展趋势 200	第七章 其他饮料行业分析 202
第一节 茶饮料分析 202	
一、2014年精制茶产量分析 202	
二、2014年茶饮料市场格局变化 210	
三、2014年茶饮料国家标准实施情况 213	
四、2014年茶饮料市场流行趋势 214	
五、中国传统茶饮料行业发展趋势 215	
第二节 纯牛奶分析 218	
一、2014年牛奶行业受欢迎程度调查 218	
二、三聚氰胺事件对乳业的影响 219	
三、2015-2020年奶业格局变化预测 220	
四、2015-2020年我国奶业发展速度预测 222	
第三节 乳酸饮料分析 223	
一、2014年液体乳产量分析 223	

- 二、2014年乳业准入门槛分析 235
- 三、乳品行业进入日益细分阶段 236
- 四、2014年乳品价格预测 237
- 五、2014年乳品行业发展困境分析 237
- 六、2015-2020年乳制品工业发展预测 240
- 第四节 冷饮市场分析 241
  - 一、2014年我国冷饮市场分析 241
  - 二、2014年冷冻饮品产量分析 244
  - 三、2014年饮料冷饮市场热点分析 255
  - 四、2015-2020年我国冷饮行业发展趋势 257
- 第五节 豆奶市场分析 258
  - 一、我国豆奶产业发展现状 258
  - 二、中国豆奶行业存在问题 262
  - 三、三聚氰胺事件对豆奶业的影响 263
  - 四、2014年豆奶市场发展情况 264
  - 五、2015-2020年我国豆奶业发展形势分析 265
- 第六节 碳酸饮料分析 267
  - 一、2014年碳酸饮料产量分析 267
  - 二、碳酸饮料市场份额变化 278
  - 三、我国碳酸饮料业发展问题及未来趋势分析 279
  - 四、碳酸饮料瓶包装技术发展迅速 281
- 第三部分 果汁饮料行业竞争格局分析第八章 中国果汁行业市场竞争分析 284
  - 第一节 行业竞争分析 284
    - 一、果汁饮料行业竞争力分析 284
    - 二、果汁饮料与茶饮料的消费需求差异对比分析 284
    - 三、2014年饮料业竞争格局 287
    - 四、各巨头斗法果汁饮料市场 289
    - 五、2014年我国果汁行业竞争状况 290
  - 第二节 国内果汁饮料业中外品牌竞争现状 295
    - 一、国内果汁饮料市场发展概况 295
    - 二、我国果汁饮料行业外资进入现状 296
    - 三、外资进入对国内果汁行业的影响 297

四、国内果汁饮料业竞争趋势分析	298
第三节 果汁饮料市场各品牌竞争简析	299
一、统一：鲜橙多	299
二、康师傅：鲜橙汁和鲜的每日C	299
三、可口可乐：果粒橙和酷儿	299
四、百事可乐：果缤纷	304
五、汇源：家庭装和高浓度装	304
六、第五季：番石榴和阳光果葩	304
七、娃哈哈：非常果汁,水果C系列	304
八、农夫：农夫果园	305
第四节 现今果汁饮料市场的卖点分析	305
一、综合分析	305
二、另类思路	307
三、挖掘卖点	308
四、未来市场预测	310
第五节 高端饮料营销及案例探析	310
一、高端风的源起	310
二、与收益并存的风险	311
三、“高端风”准确定位	311
四、K可高端商务饮料营销	312
五、邓老凉茶以“道”制胜	315
第六节 果汁饮料营销分析	318
一、与其他饮料对比分析	318
二、消费者细分策略分析	320
三、饮料销售的卖点分析	321
四、果汁饮料营销的策略	326
第九章 行业重点企业分析	327
第一节 国投中鲁果汁股份有限公司	327
一、企业概况	327
二、2014年公司经营情况分析	328
三、2014年公司财务数据分析	328
四、公司最新发展动态及策略	333
第二节 北京汇源饮料食品集团有限公司	334



- 一、公司概况 334
- 二、2014年汇源果汁营销分析 335
- 三、2014年公司经营状况 340
- 四、2014年可口可乐收购汇源进展情况 341
- 第三节 河北承德露露股份有限公司 342
  - 一、企业概况 342
  - 二、2014年公司经营情况分析 342
  - 三、2014年公司财务数据分析 343
  - 四、公司最新发展动态及策略 347
- 第四节 统一企业中国控股有限公司 348
  - 一、公司概况 348
  - 二、2014年公司经营情况 350
  - 三、2014年公司动态 350
- 第五节 康师傅控股有限公司 352
  - 一、公司概况 352
  - 二、2014年公司经营情况 353
  - 三、公司发展战略 354
- 第六节 杭州娃哈哈集团有限公司 359
  - 一、公司概况 359
  - 二、公司发展策略 361
  - 三、公司发展目标 361
  - 四、2013公司经营情况及2014年展望 362
- 第七节 农夫山泉股份有限公司 364
  - 一、公司概况 364
  - 二、公司市场策略 365
  - 三、农夫山泉蓝海战略 366
- 第八节 陕西恒兴果汁饮料有限公司 369
  - 一、公司概况 369
  - 二、公司产品介绍 370
  - 三、2014年公司发展概况 370
- 第九节 烟台北方安德利果汁股份有限公司 372
  - 一、公司概况 372

二、	公司研发中心	373
三、	2014年公司经营情况	374
第十节	中国海升果汁控股有限公司	375
一、	公司概况	375
二、	公司优势分析	376
三、	2014年公司经营情况	378
第四部分	果汁饮料行业发展趋势及战略	
第十章	2015-2020年行业发展趋势及战略选择分析	379
第一节	经济环境分析	379
一、	2014年我国宏观经济发展状况	379
二、	金融危机对我国经济的影响与对策分析	402
三、	2014年全球经济发展预测	405
四、	2015-2020年中国经济增长分析预测	406
第二节	2015-2020年饮料行业发展趋势	408
一、	2015-2020年饮料市场的各品类发展预测	408
二、	2015-2020年饮料机械发展方向公析	411
三、	2015-2020年中国饮料总产量预测	412
四、	2015-2020年我国饮料市场发展预测	412
五、	2015-2020年中国饮料业发展趋势	414
第三节	2015-2020年果汁饮料市场的发展趋势	415
一、	市场细分化趋势	415
二、	品牌整合趋势	416
三、	产品多样化趋势	416
四、	行业竞争趋势	417
五、	行业发展趋势	417
第四节	2015-2020年果汁饮料行业发展展望	418
一、	2015-2020年我国果汁饮料业发展趋势预测	418
二、	2015-2020年果汁饮料业的发展趋势	419
三、	2015-2020年果汁饮料企业战略选择趋势	420
第十一章	2015-2020年果汁饮料企业营销战略	
		422
第一节	国际金融危机波及陕西苹果汁产业引发的思考	422
一、	陕西苹果汁产业发展现状	422
二、	不当竞争带来的危机分析	423

三、市场发展战略选择分析	424
第二节 饮料业创造“虚拟价值”战略分析	425
一、饮料业创造“虚拟价值”的意义	425
二、碳酸饮料：打造虚拟感觉	427
三、果汁市场：策略依浓度而定	429
四、低浓度果汁：靠“虚拟价值”支撑	430
五、纯果汁：凸显营养价值	431
六、中浓度混合果汁：虚实并重	431
七、天然水：水质至上	432
八、功能茶饮料：突出功效	435
九、乳类饮料：策略随市场定位而变	438
十、乳酸菌饮品：紧贴潮流	439
十一、高端奶：营造高端形象	440
第三节 野生果果汁发展战略分析	441
一、野生果果汁发展概况	441
二、野生果果汁发展问题	442
三、野生果果汁发发展建议	444
第四节 高浓果汁饮料发展战略分析	446
一、高浓果汁饮料发展概况	446
二、高浓果汁与低浓果汁的差别	446
三、高浓果汁营销策略分析	447
第五节 中小饮料企业PET果汁饮料业务竞争策略	448
一、PET果汁饮料市场分析	448
二、PET果汁饮料战略选择	449
三、PET果汁饮料市场定位	449
四、PET果汁饮料市场分销	450
图表目录	图表：果汁饮料生产工艺流程图 5
图表：浓缩清汁工艺图	6
图表：我国果汁饮料的感官要求	9
图表：我国果汁饮料业的理化要求	10
图表：我国果汁饮料业的卫生要求	10
图表：我国果汁饮料的感官要求	17
图表：我国果汁饮料业的理化要求	17

图表：浓缩苹果清汁标准 18

图表：浓缩梨清汁标准 18

图表：浓缩苹果浊汁标准 18

图表：脱色脱酸苹果汁标准 19

图表：脱色脱酸梨汁标准 19

图表：我国果汁饮料业的卫生要求 19

图表：应用HACCP的逻辑顺序 30

图表：确定关键控制点的决定树实例（按顺序回答问题） 31

图表：HACCP工作单实例 32

图表：2014年饮料制造业主要经济指标全国合计 34

图表：2014年饮料制造业主要经济指标北京市合计 36

图表：2014年饮料制造业主要经济指标天津市合计 37

图表：2014年饮料制造业主要经济指标河北省合计 39

图表：2014年饮料制造业主要经济指标山西省合计 40

图表：2014年饮料制造业主要经济指标内蒙古合计 41

图表：2014年饮料制造业主要经济指标辽宁省合计 43

图表：2014年饮料制造业主要经济指标吉林省合计 44

图表：2014年饮料制造业主要经济指标黑龙江合计 46

图表：2014年饮料制造业主要经济指标上海市合计 47

图表：2014年饮料制造业主要经济指标江苏省合计 48

图表：2014年饮料制造业主要经济指标浙江省合计 50

图表：2014年饮料制造业主要经济指标安徽省合计 51

图表：2014年饮料制造业主要经济指标福建省合计 53

图表：2014年饮料制造业主要经济指标江西省合计 54

图表：2014年饮料制造业主要经济指标山东省合计 55

图表：2014年饮料制造业主要经济指标河南省合计 57

图表：2014年饮料制造业主要经济指标湖北省合计 58

图表：2014年饮料制造业主要经济指标湖南省合计 60

图表：2014年饮料制造业主要经济指标广东省合计 61

图表：2014年饮料制造业主要经济指标广西区合计 62

图表：2014年饮料制造业主要经济指标海南省合计 64

图表：2014年饮料制造业主要经济指标重庆市合计 65

图表：2014年饮料制造业主要经济指标四川省合计 67

图表：2014年饮料制造业主要经济指标贵州省合计 68

图表：2014年饮料制造业主要经济指标云南省合计 69

图表：2014年饮料制造业主要经济指标西藏区合计 71

图表：2014年饮料制造业主要经济指标陕西省合计 72

图表：2014年饮料制造业主要经济指标甘肃省合计 74

图表：2014年饮料制造业主要经济指标青海省合计 75

图表：2014年饮料制造业主要经济指标宁夏区合计 76

图表：2014年饮料制造业主要经济指标新疆区合计 78

图表：全球视频消费的五大关键类别 95

图表：全球果汁及果汁饮料消费的区别 96

图表：全球软饮料分种类消费情况 97

图表：全球果汁及果汁饮料消费口味比较 97

图表：全球果汁及果汁饮料消费品种比较 98

图表：全球各地区果汁及果汁饮料消费情况 98

图表：2014年果汁及果汁饮料产量全国合计 101

图表：2014年果汁及果汁饮料产量北京市合计 102

图表：2014年果汁及果汁饮料产量天津市合计 102

图表：2014年果汁及果汁饮料产量河北省合计 103

图表：2014年果汁及果汁饮料产量山西省合计 103

图表：2014年果汁及果汁饮料产量辽宁省合计 103

图表：2014年果汁及果汁饮料产量吉林省合计 104

图表：2014年果汁及果汁饮料产量黑龙江合计 104

图表：2014年果汁及果汁饮料产量上海市合计 105

图表：2014年果汁及果汁饮料产量江苏省合计 105

图表：2014年果汁及果汁饮料产量浙江省合计 105

图表：2014年果汁及果汁饮料产量安徽省合计 106

图表：2014年果汁及果汁饮料产量福建省合计 106

图表：2014年果汁及果汁饮料产量江西省合计 107

图表：2014年果汁及果汁饮料产量山东省合计 107

图表：2014年果汁及果汁饮料产量河南省合计 107

图表：2014年果汁及果汁饮料产量湖北省合计 108

图表：2014年果汁及果汁饮料产量湖南省合计 108

图表：2014年果汁及果汁饮料产量广东省合计 109

图表：2014年果汁及果汁饮料产量广西区合计 109

图表：2014年果汁及果汁饮料产量海南省合计 109

图表：2014年果汁及果汁饮料产量重庆市合计 110

图表：2014年果汁及果汁饮料产量四川省合计 110

图表：2014年果汁及果汁饮料产量贵州省合计 111

图表：2014年果汁及果汁饮料产量云南省合计 111

图表：2014年果汁及果汁饮料产量陕西省合计 111

图表：2014年果汁及果汁饮料产量甘肃省合计 112

图表：2014年果汁及果汁饮料产量新疆区合计 112

图表：2014年果汁及果汁饮料产量宁夏区合计 113

图表：2014年果汁及果汁饮料产量内蒙古合计 113

图表：2013中国十大果汁饮料与健康饮料品牌 115

图表：2014年果汁饮料进口统计数据&mdash;&mdash;分月 116

图表：2014年果汁饮料进口统计数据&mdash;&mdash;分产品 116

图表：2014年果汁饮料进口统计数据&mdash;&mdash;分国别 117

图表：2014年果汁饮料进口统计数据&mdash;&mdash;分省市 118

图表：2014年果汁饮料出口统计数据&mdash;&mdash;分月 119

图表：2014年果汁饮料出口统计数据&mdash;&mdash;分产品 119

图表：2014年果汁饮料出口统计数据&mdash;&mdash;分国别 119

图表：2014年果汁饮料出口统计数据&mdash;&mdash;分省市 121

图表：1991-2007年世界和中国苹果种植面积 127

图表：1991-2007年世界与中国苹果产量 128

图表：1991-2007年世界与中国梨种植面积 128

图表：1991-2007年世界和中国梨产量统计 129

图表：2002-2007年中国浓缩苹果汁主要出口国统计图 130

图表：2014年我国冷冻橙汁进口分国别统计 130

图表：2014年我国浓缩苹果汁出口分国别统计 130

图表：2014年我国浓缩苹果汁进口分国别统计 132

图表：2014年我国浓缩苹果汁出口分国别统计（一） 133

图表：2014年我国浓缩苹果汁出口分国别统计（二） 134

图表：2014年我国浓缩苹果汁出口分国别统计（三） 135

图表：2014年中国鲜苹果分企业性质出口情况 135

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/338477TN2J.html>